

Pemberian Motivasi Tentang Ekonomi Kreatif Kepada Masyarakat Desa

Ktut Silvanita Mangani¹, Hulman Panjaitan²

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Kristen Indonesia¹

Fakultas Hukum, Universitas Kristen Indonesia²

E-mail: ktut.silvanita@uki.ac.id; hulman.panjaitan@uki.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Kecamatan Pematang Sidamanik. Tujuan PkM adalah untuk membangun motivasi masyarakat untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Kegiatan PkM dilakukan dengan mengumpulkan masyarakat dari berbagai desa di Kecamatan Pematang Sidamanik. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab. Materi ceramah adalah memberikan pengertian dan menjelaskan mengapa perlu ekonomi kreatif. Bahwa ekonomi kreatif muncul dari berpikir kreatif. Selanjutnya dijelaskan bagaimana mengembangkan ekonomi kreatif, antara lain dengan melakukan metode ATM (Amati, Tiru, Modifikasi). Selanjutnya dijelaskan tentang contoh-contoh desa yang telah mengembangkan ekonomi kreatif berdasarkan potensi yang dimiliki.

Kata Kunci: ekonomi kreatif; berfikir kreatif; ATM (Amati Tiru Modifikasi)

Abstract

Community Service Activity is conducted in Pematang Sidamanik District. The aims of Community Service Activity is to build community motivation to develop the creative economy. Community Service Activity is carried out by gathering people from various villages in Pematang Sidamanik District. The implementation of the activity is done by lecturing and question and answer method. The lecturing aims to provide understanding and explain, why needs a creative economy. Creative economy comes out from creative thinking. Furthermore, it is explained how to develop a creative economy, among others through the ATM method (Observe, Imitate, Modify). Next, there are explained the examples of villages that have been developed a creative economy based on their potency.

Keywords: creative economy,; creative thinking; ATM (Observe, Imitate, Modify)

PENDAHULUAN

Dalam strategi percepatan pembangunan desa, Kementerian Desa, Pembangunan Desa Tertinggal, dan Transmigrasi tahun 2017, telah dikembangkan Program Prioritas, diantaranya adalah kegiatan Pengembangan Produk Unggulan Desa dan Kawasan Melalui program tersebut diharapkan merangsang munculnya inovasi-inovasi baru dalam praktik pembangunan, dan solusi inovatif untuk menggunakan Dana Desa yang lebih berkualitas, tepat, dan efektif (Kementerian Desa Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi-RI, 2017). Berbagai desa, khususnya di daerah terpencil telah mengembangkan kewirausahaan desa, seperti desa Sukamaju, Kecamatan Tellu Limpoe, Sulawesi Selatan yang merintis produk unggulan desa melalui buah naga. Desa Barabali, Kabupaten Lombok, NTB yang memiliki potensi beternak kambing disamping bercocok tanam, mencetuskan ide beternak kambing sebagai mata pencaharian dan tabungan pendidikan.

Pada dasarnya setiap desa memiliki keunggulannya masing-masing, sehingga setiap desa potensi untuk mengembangkan dirinya. Untuk itu diperlukan kreatifitas dari warga desa untuk mengembangkan ekonomi desa. Ekonomi Kreatif menjadi slogan untuk membangun desa. Hasil penelitian Dumasari et al. (2013) menunjukkan

bahwa kewirausahaan dapat mendorong produktivitas dan kreatif kerja petani (Dumasari et al., 2013).

Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di desa Pamatang Sidamanik, bertujuan untuk memotivasi masyarakat desa tersebut untuk berpikir kreatif, untuk mengembangkan ekonomi desanya.

PERMASALAHAN

Kecamatan Pamatang Sidamanik memiliki luas wilayah 137,80 km², terdiri dari 10 Nagori/Kelurahan, dimana tujuh (7) diantaranya merupakan Kelurahan Swasembada. Jumlah penduduk sebanyak 16.659 orang, terdiri dari 8.253 laki-laki dan 8.406 perempuan (BPS Simalungun, Kecamatan Sidamanik dalam Angka, 2017). Sebanyak 49,5 % jumlah penduduk adalah kelompok usia dewasa (15 tahun dan/atau lebih), seperti terlihat dalam tabel 1.

Tabel 1. Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kecamatan Pamatang Sidamanik tahun 2016

No	Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	00 – 04	877	841	1.718
2	05 – 09	940	876	1.816
3	10 – 14	847	841	1.688
4	15 – 19	728	640	1.368
5	20 – 24	455	373	827
6	25 – 29	502	495	997
7	30 – 34	578	558	1.136
8	35 – 39	580	562	1.142
9	40 – 44	591	603	1.194
10	45 – 49	547	565	1.112

11	50 – 54	460	568	1.028
12	55 – 59	406	509	915
13	60 – 64	330	372	702
14	65 – 69	199	251	450
15	70 – 74	134	174	308
16	75 +	80	178	258
17	Jumlah	8.253	8.406	16.659

Sumber: BPS Simalungun, 2016

Dari hasil pengamatan terdahulu pada kegiatan PkM pertama dan kedua, diperoleh informasi bahwa pekerjaan dari masyarakat di Kecamatan Pamatang Sidamanik, Simalungun, Sumatera Utara pada umumnya adalah petani dan pekerja di kebun teh PTP IV. Hanya sebagian kecil dari masyarakat yang telah memanfaatkan potensi yang ada di daerah tersebut, seperti kopi khas Simalungun. Oleh karena itu, untuk membuka wawasan masyarakat, maka pada tahap awal perlu diberikan penyuluhan tentang “Pengembangan Ekonomi Kreatif.” Dengan penyuluhan awal, diharapkan masyarakat dapat terbuka dan berpikir kreatif.

METODE

Peserta dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah masyarakat di Kecamatan Pamatang Sidamanik. Masyarakat diundang oleh Perkumpulan Pemuda Sidamanik Se-Indonesia, dengan memperoleh ijin dari Camat Kecamatan Pamatang Sidamanik. Pelaksanaan PkM “Pengembangan Ekonomi Kreatif”

dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab secara terbuka. Selanjutnya penulisan laporan PkM menggunakan metode deskriptif.



Gambar 1.

Peserta PkM Kecamatan Pamatang
Sidamanik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut The Fourth Industrial Revolution (dalam Prasetyo, 2018), bahwa dunia telah mengalami empat tahapan revolusi, yaitu: 1) Revolusi Industri 1.0 terjadi pada abad ke 18 melalui penemuan mesin uap, sehingga memungkinkan barang dapat diproduksi secara masal, 2) Revolusi Industri 2.0 terjadi pada abad ke 19-20 melalui penggunaan listrik yang membuat biaya produksi menjadi murah, 3) Revolusi Industri 3.0 terjadi pada sekitar tahun 1970an melalui penggunaan komputersasi, dan 4) Revolusi Industri 4.0 sendiri terjadi pada sekitar tahun 2010an melalui rekayasa intelegensia dan *internet of thing* sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin. Pendapat lain membedakannya menjadi era pertanian (*agricultural age*), era industri (*industrial age*), era informasi (*information age*), dan era konseptual

(conceptual age).

Dalam menjawab tantangan era industri 4.0 (conceptual age), ekonomi kreatif menjadi salah satu isu strategis. Pada era ini diharapkan muncul industri kreatif, yaitu ide-ide kreatif, inovasi, serta hasil penemuan baru (invention). Dalam konteks pengembangan ekonomi masyarakat, maka slogan 'Ekonomi Kreatif' menjadi slogan penting di era sekarang.

Pengertian ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai factor produksi utama (Wikipedia, 2019). Ekonomi kreatif juga dapat dijelaskan sebagai penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumberdaya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.

Mengapa Ekonomi Kreatif

Alasan mengapa Indonesia memerlukan ekonomi kreatif, karena ekonomi kreatif berpotensi besar terhadap perekonomian. Argumentasi perlunya ekonomi kreatif, seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



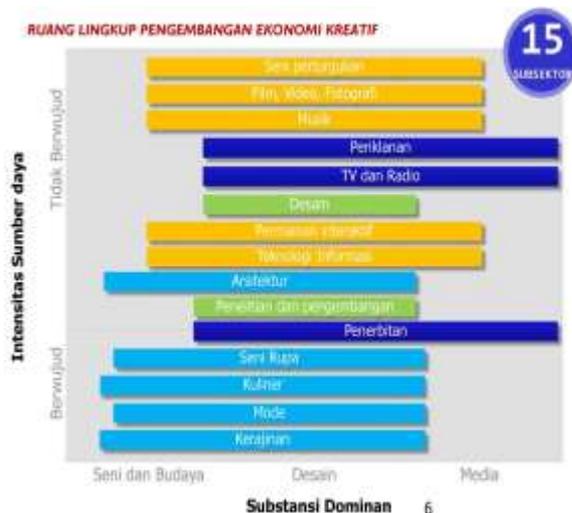
Gambar 2.

Sumber dari <https://www.google.co.id>

Mengapa Ekonomi Kreatif

Inovasi dan kreativitas.

Seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam gelombang ekonomi industri 4.0 merupakan era konseptual. Pada era itu dibutuhkan adanya inovasi dan kreativitas. Terdapat 15 ruang lingkup (sub sektor) pengembangan ekonomi kreatif. Ruang lingkup pengembangan ekonomi kreatif dibedakan berdasarkan intensitas sumber dayanya, yaitu berwujud, seperti kerajinan, mode, kuliner, seni rupa, dan penerbitan (dapat tergolong tidak berwujud jika diterbitkan secara online), serta tidak berwujud, seperti penelitian dan pengembangan, arsitektur, teknologi informasi, permainan interaktif, desain, TV dan Radio, periklanan, music, film/video/fotografi, dan seni pertunjukkan. Sedangkan substansi domainnya dapat dibedakan menjadi seni dan budaya, desain, dan media. seperti ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3.

Sumber dari <https://www.google.co.id>
Ruang Lingkup Pengembangan Ekonomi Kreatif

Dampak Sosial.

Ekonomi kreatif dapat membawa dampak sosial, yaitu kualitas hidup yang lebih baik karena ditemukannya hal-hal yang baru. Selain itu, ide kreatif yang menular pada akhirnya akan memberi dampak pemerataan kesejahteraan, serta peningkatan toleransi sosial.

Kontribusi Ekonomi.

Kontribusi dan pertumbuhan dari tiap jenis ekonomi kreatif, seperti ditunjukkan pada Gambar 4. Pada tahun 2014, sub sector uang memberikan kontribusi terbesar adalah sub sektor kuliner, diikuti oleh mode dan Kriya. Sedangkan pertumbuhan sub sector tertinggi adalah sub sector teknologi informasi, diikuti oleh sub sector arsitektur dan periklanan.

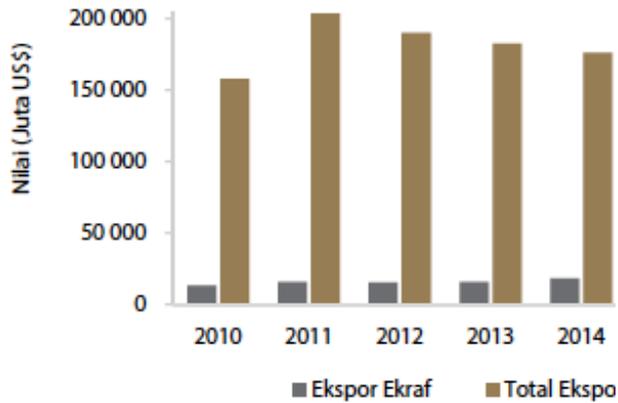


Gambar 4.

Kontribusi dan Pertumbuhan Sub sector Ekonomi Kreatif

Membangun Citra dan Identitas Negara.

Ekonomi kreatif dapat menunjang pendapatan dari ekspor, karena barang yang diekspor adalah barang jadi atau paling tidak barang setengah jadi yang memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan barang mentah. Peningkatan ekspor barang-barang jadi atau setengah jadi dapat meningkatkan citra negara yang menunjukkan kemampuan lebih dari SDM Indonesia, serta menunjukkan identitas negara untuk produk-produk yang bersifat khas dan berbasis budaya Indonesia. Data dalam Gambar 5 menjelaskan bahwa pada tahun 2012 sampai 2016 produk ekspor total mengalami penurunan, sedangkan komoditas ekonomi kreatif mengalami peningkatan.



Gambar 5.

Sumber: Bekraf, 2017

Ekspor Komoditas Ekonomi Kreatif 2012-2016

Sumber Daya Terbarukan.

Dengan kreativitas dapat tercipta berbagai inovasi yang dapat membantu manusia memecahkan permasalahan yang dihadapi. Ekonomi kreatif dapat mendorong terciptanya sumber daya terbarukan sebagai solusi jika sumber daya yang tidak terbarukan menjadi habis.

Bagaimana mencari ide Kreatif

Ada berbagai cara untuk mendapatkan ide kreatif, beberapa diantaranya adalah:

Survey Peluang Yang Ada Di Desa.

Melakukan survey terhadap peluang yang ada di desa, atau dengan memperhatikan dan mencermati: (a) Apa kebutuhan masyarakat yang belum ada, dan (b) Apa peluang usaha yang masih memiliki prospek tinggi. Survey dapat dilakukan dengan bertanya kepada kerabat, orang tua dan teman.

Tentukan Minat atau Bakat Yang Anda Miliki

Usaha yang dijalankan harus sesuai dengan minat yang dapat memberikan dampak positif. Dengan demikian akan sangat serius ketika menjalankannya.

Amati Tiru dan Modifikasi (ATM)

Jika ingin sukses cepat, maka perlu belajar dari orang yang tepat. Belajarlah dari orang yang sudah ahli pada bidang yang ingin ditekuni.

Contoh yang pantas ditiru

Beberapa contoh desa yang bias memberikan inspirasi dan dapat ditiru, antara lain:

Desa Wisata

Contoh desa wisata adalah Desa Nglanggeran (di kaki Gunung Purba Nglanggeran), Patuk, Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta, yang membuat Embung Nglanggeran, yang telah mengembangkan potensinya dalam hal:

Pemandu Wisata,

Layanan Kuliner (makanan tradisional),

Layanan Jasa Penginapan,

Transportasi Antar-jemput Wisatawan,

Souvenir Khas Desa,

Jasa parkir, tempat ibadah, toilet, dll.

Desa Kreatif

Contoh desa kreatif adalah Desa Gogodeso, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Melalui program Satu Entrepreneur Satu Tandan Pisang, membuat keripik pisang. Desa itu berhasil mengangkat taraf hidup

warganya (sejak tahun 2010), dan beberapa diantaranya sampai mampu membeli rumah/mobil.



Gambar 6.
Salah satu pengusaha Kripik Pisang di Desa
Gogodeso.

BUMDes yang Menjamin Pasar Petani Sawit Skala Kecil

Contoh desa yang telah mampu mengembangkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), adalahn Desa Pangkalan Tiga, Kecamatan Pangkalan Lada, Kabupaten Kotawaringin Barat, Kalimantan Tengah. BUMDes Karya Makmur di Desa Pangkalan Tiga telah memiliki usaha menjadi pengumpul hasil panen petani sawit skala kecil, di bawah dua hektar, sehingga: (a) Petani kecil memiliki kepastian pasar, (b) BUMDes 86ord bersaing dengan pengepul besar yang sudah ada, (c) BUMDes dapat berkontribusi terhadap pendapatan asli desa (PAD).

Merintis Produk Unggulan Desa Melalui Buah Naga

Desa Sukamaju, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan melalui Pemerintah Desa mengeluarkan Peraturan Desa (Perdes), agar warganya menanam minimal 20 pohon buah naga di rumah atau tanah mereka. Hasilnya, desa itu menjadi pemasok buah naga yang diperhitungkan di Kabupaten Sinjai.

Mengubah Sampah Menjadi Tabungan

Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat telah berhasil mengubah sampah menjadi tabungan/penghasilan tambahan. Tabungan sampah telah membantu keluarga-keluarga untuk membiayai pendidikan anak-anak mereka, menunjang kesehatan keluarga, dan masyarakat menjadi sadar akan potensi sampah daur ulang serta lingkungan menjadi lebih bersih dan terpelihara.

Desa Kreatif lainnya.

Desa-desa lain di Indonesia yang telah memiliki kegiatan ekonomi kreatif yang berlangsung turun-temurun dan menjadi ciri khas daerah tersebut, antara lain:

Desa bordir di Tasikmalaya Jawa Barat,
Desa kain songket Pandai Sikek di Bukittinggi Sumatera Barat,
Desa tenun di Wajo Sulawesi Selatan,
Desa tenun ikat di desa Sade atau desa Sukarare NTB,

Desa ukiran kayu di Jepara Jawa Tengah, Desa tembikar di Kasongan Yogyakarta. Dengan memberikan pandangan dan beberapa contoh tentang desa kreatif, maka diharapkan akan tumbuh pemahaman dan ide kreatif untuk mengembangkan desa. Akhirnya, untuk mendorong kemajuan desa, Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi RI membuat slogan: *“Maju itu hak dari segala desa Bisa dicapai dan dipelajari dari kemajuan desa lain. Tuntutlah ilmu sampai ke seberang.”*



Gambar 7.

Foto-foto kegiatan PkM Pengembangan Ekonomi Kreatif

SIMPULAN

Dalam era industri 4.0, desa-desa harus mengembangkan potensi yang dimiliki dengan berpikir kreatif; mengembangkan ekonomi desa ekonomi kreatif berbasis

sumberdaya khas yang dimiliki. Dengan berpegang pada slogan Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi RI, maka desa perlu belajar dari desa lain yang telah lebih dulu maju.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Perkumpulan Pemuda Sidamanik se-Indonesia (PPSI) dan Camat Kecamatan Pamatang Sidamanik Simalungun yang telah memfasilitasi sehingga kegiatan PkM dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Kristen Indonesia (UKI) yang telah memfasilitasi terselenggaranya PkM bersama.

REFERENSI

Badan Ekonomi Kreatif (2017) Ekspor Ekonomi Kreatif 2012 – 2016.

BPS Simalungun (2017) Kecamatan Sidamanik dalam Angka.

Dumasari, Tri Septon M. R., dan Sulistiyani B. (2013) Pengembangan Usaha Mikro Souvenir Kreatif Olahan Limbah Kelapa dengan Teknologi Modifikasi Desain Produk sesuai Trend Pasar untuk Pemeberdayaan Petani Miskin. Laporan Hasil Penelitian Hibah Unggulan Perguruan Tinggi. DITLITABMAS DIKTI. Universitas Muammadiyah Purwokerto. Purwokerto.

Kementerian Desa Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi-RI (2017) Dokumen Pembelajaran Program Inovasi Desa

LPPM UKI (2017) Buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UKI Tahun 2019.

LPPM UKI (2017) Standar SPMI UKI
tentang Pengabdian kepada Masyarakat
Tahun 2017.

Prasetyo, B. dan Trisyanti, U. (2018)

Prosiding Semateksos 3.

https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_kreatif

if diakses tanggal 20 September 2019

Sumber foto [http//goggle.co.id](http://goggle.co.id)